



Observatorio

de la región Bogotá - Cundinamarca.

Internacionalización de la región
Bogotá-Cundinamarca en el 2011

Contenido:

Posicionamiento competitivo de Bogotá entre las mejores ciudades para hacer negocios en América Latina

Inversión extranjera directa en Bogotá-Cundinamarca

Características y dinámica del comercio exterior de Bogotá-Cundinamarca

- Exportaciones
- Importaciones
- Balanza comercial
- Percepción de los industriales de Bogotá sobre la actividad exportadora

Presentación

La Cámara de Comercio de Bogotá, por intermedio de la Dirección de Estudios e Investigaciones de la Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social, elabora el Observatorio de la región Bogotá-Cundinamarca, con el objetivo de ampliar la información y el conocimiento de los empresarios, las autoridades y la comunidad en general sobre el posicionamiento competitivo de Bogotá y los avances en la internacionalización de la región que integran Bogotá y Cundinamarca.

La información y el análisis sobre la competitividad de Bogotá en comparación con las principales ciudades de América Latina y de Colombia es útil para medir los avances e identificar los logros y retos en la meta de posicionar a Bogotá como una de las tres ciudades más atractivas para la inversión, la localización de empresas y el turismo de negocios.

En esta edición número 15 del *Observatorio de la región Bogotá-Cundinamarca*, se analizan la situación y perspectivas de Bogotá y de la región en su internacionalización con base en los principales resultados del posicionamiento competitivo de Bogotá entre las principales ciudades de América Latina. Así mismo, se incluye un análisis del comportamiento y dinámica de la inversión extranjera directa y del comercio exterior de la región Bogotá-Cundinamarca, a partir de los resultados de sus exportaciones e importaciones entre los meses de enero y septiembre. También se incluye la percepción de los empresarios de Bogotá sobre el desempeño y perspectivas de la actividad exportadora. Finalmente se identifican las oportunidades y retos de la Región para ampliar el intercambio comercial, aumentar la oferta exportable y facilitar la internacionalización de las empresas.

El *Observatorio de la región Bogotá-Cundinamarca* se elabora con base en información de reconocidas entidades oficiales y organismos nacionales e internacionales: DANE, DNP, Banco de la República, Fedesarrollo, CEPAL, OMC, América Economía Intelligence, Cámara de Comercio de Bogotá, entre otras.

Consuelo Caldas Cano
Presidente

Luz Marina Rincón Martínez
Vicepresidenta Ejecutiva

Lina María Castaño Mesa
Vicepresidenta de Gestión Cívica y Social

Ricardo Ayala Ramírez
Director de Estudios e Investigaciones

Oscar Javier Torres Mejía
Jorge Andrés Rodríguez Parra
Cristian G. Gil Sánchez
José Ramón Ortigón Salgado
Analistas de investigación

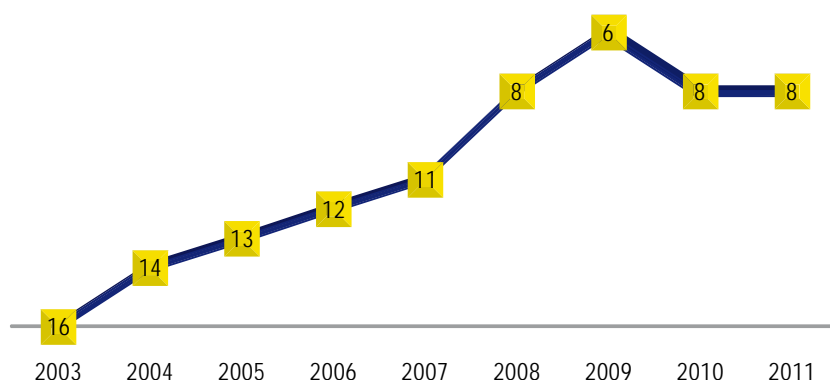
Dirección de Estudios e Investigaciones
Producción Editorial

ISSN: 2027-4726

Posicionamiento competitivo de Bogotá en América Latina

En el contexto de la globalización, las ciudades y regiones buscan posicionarse como destinos atractivos para la localización y desarrollo de las actividades productivas y para vivir. Con este propósito, promueven la cooperación público-privada para facilitar y fortalecer la internacionalización de sus empresas y actividades productivas como estrategia para convertir al sector externo en una fuente dinámica de crecimiento, empleo e ingresos, atraer empresas e inversionistas nacionales e internacionales y crear condiciones favorables para el desarrollo de los negocios.

Evolución del posicionamiento competitivo de Bogotá



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en América Economía Intelligence, 2011.

Evolución del escalafón Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2009 - 2011

| Ciudad | País | Δ | 2011 | 2010 | 2009 |
|------------------|------------|------------|----------|----------|----------|
| Miami | EEUU | → 0 | 1 | 1 | 3 |
| Sao Paulo | BRA | ↑ 1 | 2 | 3 | 1 |
| Santiago | CHI | ↓ -1 | 3 | 2 | 2 |
| C. de México | MEX | → 0 | 4 | 4 | 4 |
| Río de Janeiro | BRA | → 0 | 5 | 5 | 12 |
| Buenos Aires | ARG | → 0 | 6 | 6 | 5 |
| Ciudad de Panamá | PAN | → 0 | 7 | 7 | 11 |
| Bogotá | COL | → 0 | 8 | 8 | 6 |
| Lima | PER | → 0 | 10 | 10 | 7 |
| Montevideo | URU | → 0 | 11 | 11 | 9 |
| San José | C.RC | ↓ -3 | 12 | 9 | 31 |
| Monterrey | MEX | ↓ -1 | 13 | 12 | 10 |
| Curitiba | BRA | → 0 | 14 | 14 | 16 |
| Porto Alegre | BRA | ↑ 3 | 15 | 18 | 15 |
| Belo Horizonte | BRA | ↑ 1 | 16 | 17 | 8 |
| Medellín | COL | ↓ -2 | 17 | 15 | 25 |
| Cartagena | COL | N.a. | 27 | - | - |
| Cali | COL | ↓ -6 | 30 | 24 | 29 |
| Barranquilla | COL | N.a. | 31 | - | - |
| Quito | ECU | ↓ -11 | 37 | 26 | 32 |
| La Paz | BOL | ↓ -8 | 43 | 35 | 50 |
| Caracas | VEN | ↓ -10 | 44 | 34 | 49 |

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en América Economía Intelligence, 2011. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina.

En el 2011, Bogotá se mantiene en el octavo puesto en el escalafón de mejores ciudades para hacer negocios.

Entre el 2004 y 2009, Bogotá avanzó en su posicionamiento competitivo y logró ubicarse en el grupo de las 10 mejores ciudades para hacer negocios en América Latina de acuerdo al escalafón que elabora anualmente América Economía Intelligence.

En el 2010 la ciudad bajó dos puestos ubicándose octava entre 37 ciudades y en el 2011 la ciudad consolidó su posición ubicándose nuevamente en el octavo lugar, esta vez entre 45 ciudades.

Bogotá mantuvo su liderazgo entre las capitales de la Región Andina y se consolidó una vez más como la ciudad más competitiva.

En el 2011, Miami se mantiene como la principal ciudad para hacer negocios seguida de Sao Paulo que subió un puesto y desplazó a Santiago al tercer lugar.

Entre las principales ciudades de América Latina, Bogotá ha logrado avances que le han permitido fortalecer su posicionamiento como una de las mejores ciudades para hacer negocios: el tamaño de su mercado, la diversidad de sus actividades productivas, la dinámica de las actividades de servicios, un sector financiero fuerte, la calidad del recurso humano, y una plataforma tecnológica y de infraestructura para la localización de empresas.

Además de Bogotá, se incluyen cuatro ciudades colombianas: Medellín, Cartagena, Cali y Barranquilla, las cuales se ubican en las posiciones 17, 27, 30 y 31 respectivamente.

Entre las principales ciudades de América Latina, Bogotá ocupa el octavo lugar por el tamaño de su economía.

En el 2010 el PIB de Bogotá alcanzó la cifra de US\$ 70.380 millones, y si se consideran el PIB per cápita de las ciudades de América Latina, Bogotá ocupa el puesto 12 después de Miami, Brasília, Monterrey, Sao Paulo, San Juan, C. de Panamá, Buenos Aires, C. de México, Santiago, Río de Janeiro y Caracas.

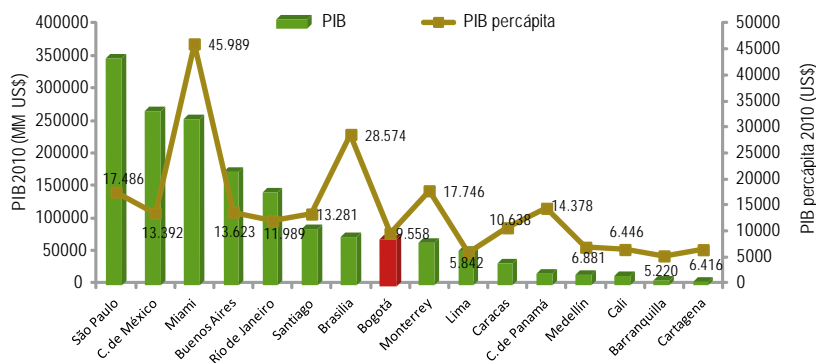
La estructura productiva de Bogotá es la más diversificada del país, con alta participación de las actividades de servicios (65%), industria (13%) y comercio (15%).

Aunque los resultados y las perspectivas sobre el comportamiento de la economía son favorables, el reto para Colombia y la región Bogotá-Cundinamarca es lograr un mayor crecimiento en los próximos años.

En el primer semestre del 2011, la economía colombiana creció 5.1%, y como resultado, son favorables las expectativas de lograr al terminar el año un crecimiento cercano o superior al 5%. Igualmente, se estima que en Bogotá la economía tendrá la misma tendencia y al terminar el año crecerá por lo menos 5,7%.

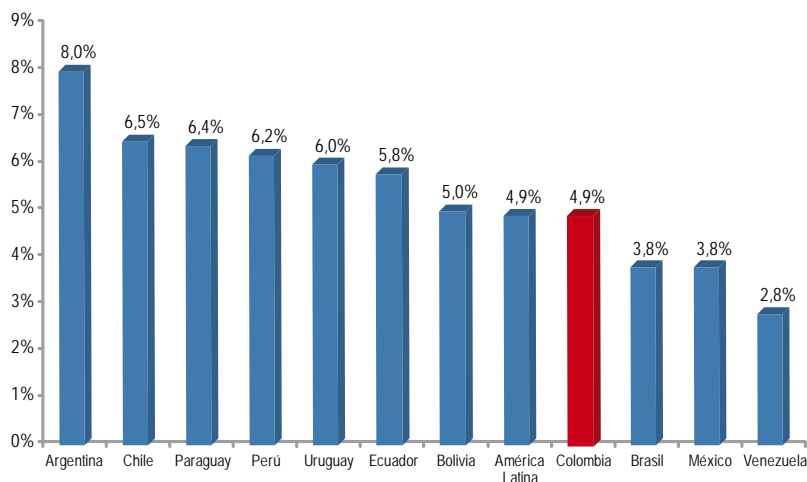
En el mediano y largo plazo, la Región necesita lograr niveles de crecimiento más altos para consolidar los avances en su posicionamiento competitivo y mejorar la calidad de vida. El informe "Bogotá 2038" de la consultora McKinsey señala que entre las 100 ciudades más importantes del mundo, Bogotá se encuentra en el puesto 82 y para llegar a los niveles de una ciudad como Monterrey, necesita crecer a una tasa sostenida del 7% para elevar la productividad de las empresas, del empleo y de la economía.

PIB de las principales ciudades de América Latina, 2010



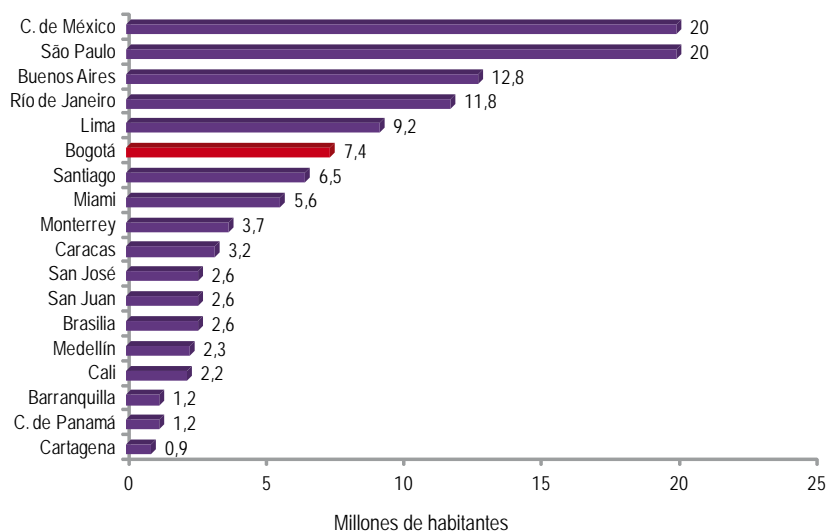
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en América Economía Intelligence. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2011.

Perspectivas de crecimiento del PIB en América Latina, 2011



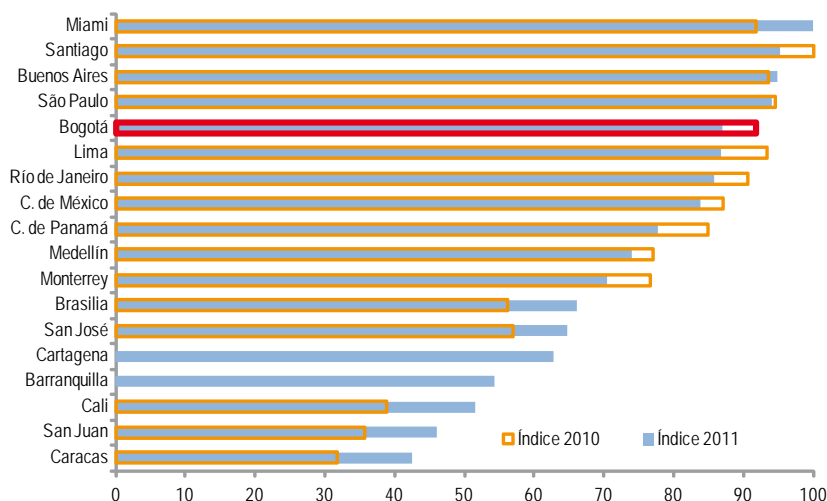
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Fondo Monetario Internacional, 2010.

Población de las principales ciudades de América Latina, 2010



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en América Economía Intelligence. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2011.

Índice de Poder de Marca, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en América Economía Intelligence. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2011.

Bogotá es la sexta ciudad en población en América Latina y el principal centro de población urbano de Colombia.

En Bogotá se encuentra el 16% (7,4 millones) de la población de Colombia y junto con Cundinamarca el 22% (10 millones), lo que la convierte en una de las economías urbanas de América Latina con mayor mercado potencial.

La región Bogotá-Cundinamarca, es también el principal centro de población entre las ciudades de la Comunidad Andina y en el 2020 tendrá 11,3 millones, es decir 1,4 millones de habitantes más.

Bogotá es la quinta ciudad de América Latina con mayor reconocimiento entre los empresarios, luego de Miami, Santiago, Buenos Aires y São Paulo.

En el 2011, el índice de poder de marca de Bogotá superó al de ciudades como Lima, Río de Janeiro y Ciudad de México. La gestión público-privada ha logrado posicionar la imagen de la ciudad con una completa estrategia de mercadeo de la misma, a través de portales de turismo y mayor información a los turistas y empresarios.

No obstante, Bogotá aún se encuentra rezagada frente a las principales ciudades para hacer negocios.

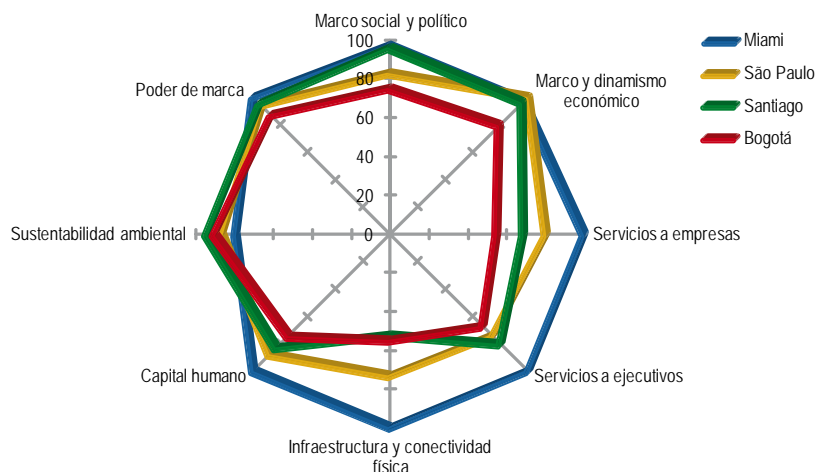
Frente a otras ciudades de la región, Bogotá se reconoce ampliamente por su poder de marca, capital humano, infraestructura y conectividad física y sustentabilidad ambiental.

Con respecto a las ciudades de la Región Andina, Bogotá se destacó en 4 de las 8 dimensiones utilizadas para calcular el escalafón. Lima supera a Bogotá en 3 factores: marco social y político, servicios a ejecutivos y Marco y dinamismo económico. En servicios a las empresas, Bogotá es superada por Caracas y Lima.

Y según el informe Doing Business 2012 del Banco Mundial, Colombia (medida por Bogotá) avanzó 5 posiciones ubicándose de 42 entre 183 economías.

Entre los países de América Latina, Colombia se mantiene como la tercera economía en ofrecer las mejores condiciones para hacer negocios, con avances en los procedimientos para crear una empresa, el pago de impuestos y la resolución de insolvencia. Las reformas en estos tres factores permitirán mejorar el entorno para los negocios y la inversión en la región que integran Bogotá y Cundinamarca.

Brechas en los factores de competitividad



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en América Economía Intelligence. Mejores ciudades para hacer negocios en América Latina 2011.

Escalafón del Doing Business 2012 de los principales países de América Latina

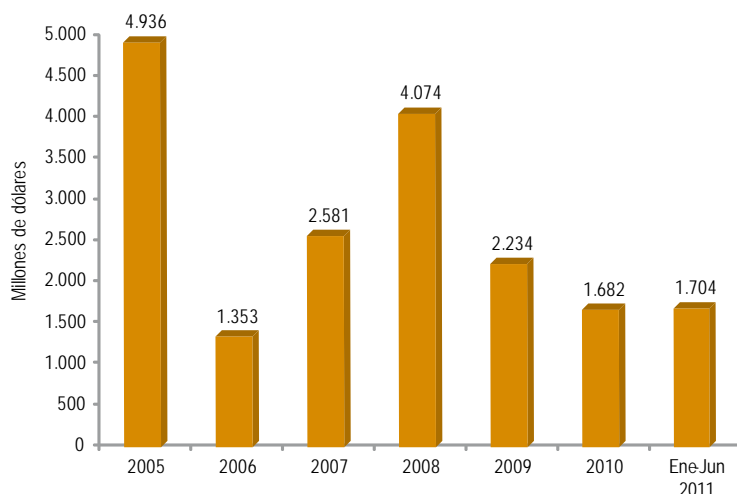
| Países | DB2011 | DB2012 | Variación | Reformas ✓ | Reformas ✗ |
|-------------|--------|--------|-----------|------------|------------|
| Chile | 41 | 39 | ↑ 2 | 3 | |
| Perú | 39 | 41 | ↓ -2 | 2 | |
| Colombia | 47 | 42 | ↑ 5 | 3 | |
| México | 54 | 53 | ↑ 1 | 3 | |
| Panamá | 63 | 61 | ↑ 2 | 1 | |
| Uruguay | 107 | 90 | ↑ 17 | 2 | |
| Guatemala | 93 | 97 | ↓ -4 | | |
| Paraguay | 100 | 102 | ↓ -2 | 2 | 1 |
| El Salvador | 112 | 112 | → 0 | 1 | |
| Argentina | 114 | 113 | ↑ 1 | | 1 |
| Nicaragua | 122 | 118 | ↑ 4 | 3 | |
| Costa Rica | 121 | 121 | → 0 | 2 | |
| Brasil | 120 | 126 | ↓ -6 | 1 | |
| Ecuador | 131 | 130 | ↑ 1 | | |
| Bolivia | 147 | 153 | ↓ -6 | | 1 |
| Venezuela | 175 | 177 | ↓ -2 | | 1 |

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Banco Mundial. Doing Business 2012.

Inversión extranjera directa

Contar con un entorno favorable para desarrollar las actividades productivas y los negocios, y aprovechar las facilidades y oportunidades que brindan las ciudades y regiones, son aspectos fundamentales para promover y ampliar la inversión extranjera y mejorar la capacidad productiva de la economía. En América Latina, Bogotá es una ciudad que ofrece condiciones para la localización de empresas globales por el tamaño de su mercado, su economía diversificada y por el poder de compra de sus habitantes.

Entradas de inversión extranjera directa* en Bogotá-Cundinamarca, 2005-2011



* No incluye inversión en petróleo ni en portafolio.

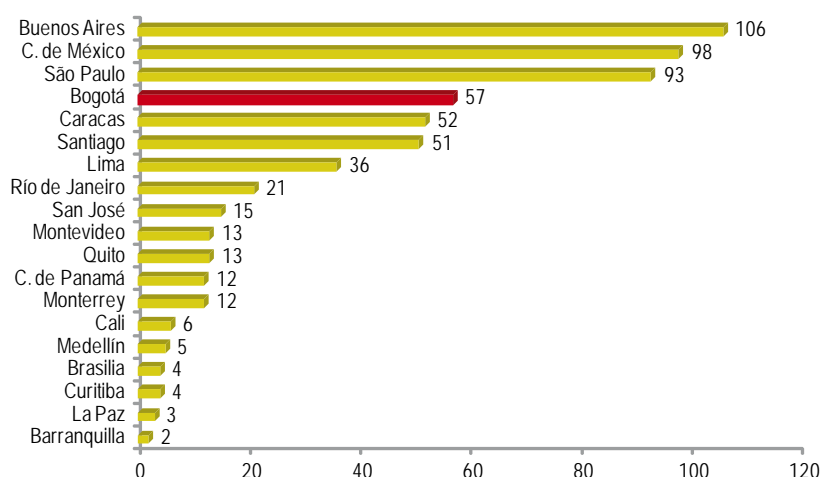
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Banco de la República.

En Colombia, Bogotá se consolida como la ciudad más atractiva para la inversión extranjera directa.

En promedio, entre el 2005 y el 2010, el 77% de la IED que llegó al país se dirigió a la región Bogotá-Cundinamarca, y en el primer semestre de 2011 fue del 90%.

El tamaño de su mercado, su estructura productiva diversificada, las condiciones favorables para los inversionistas y la fortaleza de su mercado financiero, son factores que han favorecido el aumento en la confianza inversionista en Bogotá. La ciudad ocupa el puesto 9 entre las principales ciudades de América Latina más atractivas para la inversión y cuenta con más de 1.200 empresas con capital extranjero.

Presencia de Multinacionales* en América Latina, 2011



* Con base en las 500 multinacionales más grandes del mundo de acuerdo a la revista Fortune 500.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en IdN Inteligencia de Negocios (Chile) - CEPEC de la Universidad del Rosario (Colombia)

Bogotá es también la cuarta ciudad en América Latina después de Buenos Aires, Ciudad de México y Sao Paulo, con mayor presencia de empresas globales.

La localización de empresas multinacionales es un resultado positivo para la ciudad y la consolida como una plataforma atractiva para los negocios globales. El mejor entorno para los negocios y para la atracción de inversión posiciona a Bogotá por encima de grandes centros de negocios como Santiago, Lima, Río de Janeiro y Ciudad de Panamá.

Los servicios se mantienen como la principal actividad donde se concentra la inversión extranjera.

En el primer semestre de 2011, la inversión en servicios llegó a US\$ 1.026 millones, seguida de la industria (US\$ 278 millones) y el comercio (US\$ 265 millones). En los servicios la IED se concentró principalmente en actividades inmobiliarias (US\$ 842 millones) y financieras (US\$ 394 millones). Con respecto al mismo período de 2010, la inversión en estas actividades creció 141% y 245% respectivamente.

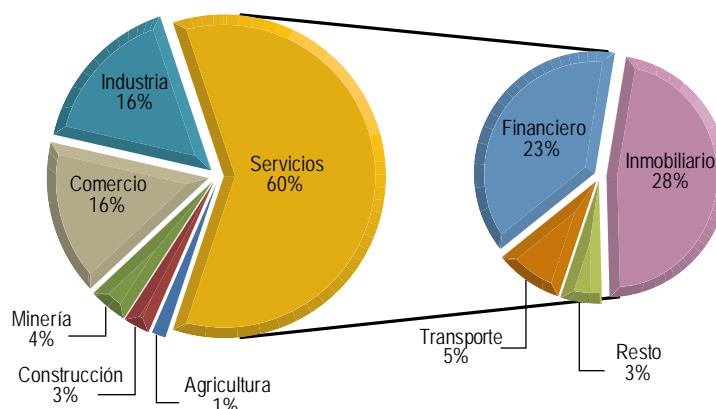
Entre las actividades que se han identificado en Bogotá con potencial para invertir se encuentran: BPO y Offshore, software y tecnologías de la información, producción audiovisual, servicios para petróleo y gas, servicios de educación, investigación y desarrollo, turismo de negocios y salud, infraestructura empresarial y logística, energías renovables y tecnologías limpias, agroindustria (ingredientes naturales, frutas y hortalizas procesadas).

En los primeros seis meses de 2011, el 44% de la inversión extranjera que llegó a la Región provino de tres países: Panamá (19%), España (15%) y Brasil (10%).

La inversión de Panamá se concentró principalmente en el sector financiero (53%), la de España en la industria (59%) y la de Brasil en el sector inmobiliario (72%).

Para consolidar a la Región como un lugar atractivo para la inversión nacional y extranjera, así como la localización de empresas globales, es necesario mejorar el clima de negocios y avanzar en las reformas que facilitan los negocios: según el Doing Business 2012 del Banco Mundial, Colombia avanzó en las categorías de pago de impuestos (subió 25 puestos) y apertura de un negocio (subió 8 puestos), sin embargo, todavía son altos los tiempos y requisitos para poner en funcionamiento una empresa y el número de pagos y el tiempo requerido para cumplir con el pago de impuestos.

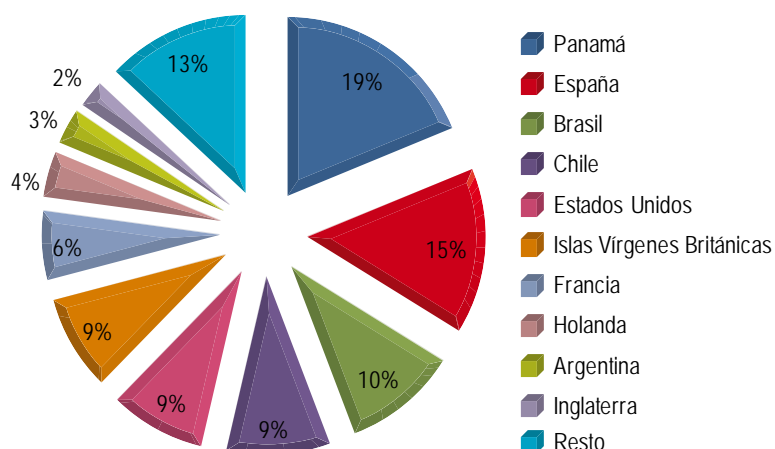
Destino de la IED* en Bogotá-Cundinamarca por actividad económica. Enero-junio, 2011



* No incluye inversión en petróleo ni en portafolio.

Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Banco de la República.

Principales países de origen de la IED* en Bogotá-Cundinamarca. Enero-junio, 2011



* No incluye inversión en petróleo ni en portafolio.

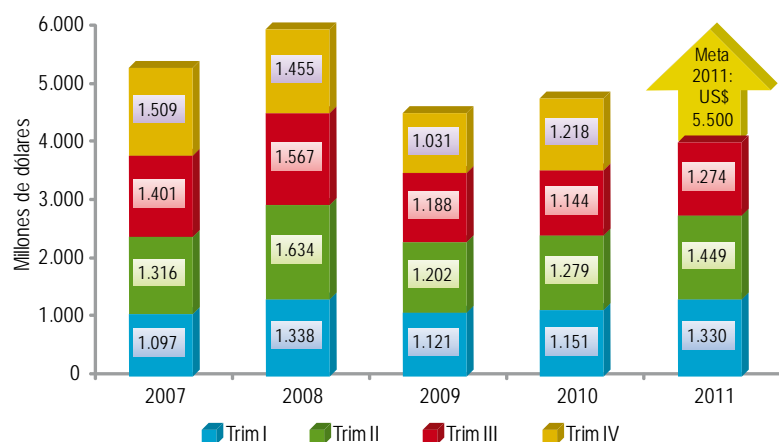
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Banco de la República.

Características y dinámica del comercio exterior de Bogotá-Cundinamarca

Una de las características del desarrollo económico de Bogotá y Cundinamarca ha sido el aumento en la importancia del sector externo como fuente de crecimiento, empleo e inversión. El crecimiento de la economía, la confianza inversionista y el fortalecimiento de la integración comercial de Colombia con los mercados internacionales han contribuido a la recuperación del comercio de la Región con el mundo: entre enero y septiembre de 2011 y comparado con igual período de 2010, las exportaciones crecieron 13% y las importaciones 43%. Los resultados son favorables pero se requiere un mayor esfuerzo de los sectores público y privado para diversificar los mercados de destino y la oferta exportable, así como de mayor información sobre las oportunidades de los productos de la Región en los mercados internacionales.

Exportaciones

Exportaciones trimestrales de Bogotá-Cundinamarca, 2007 - 2011



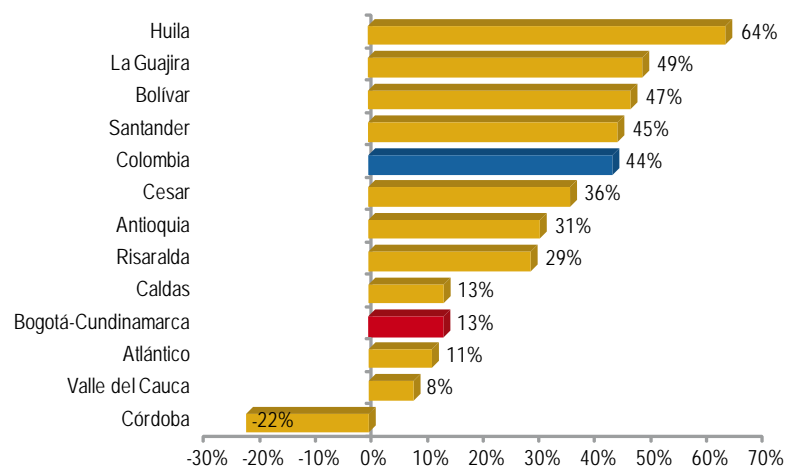
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Entre enero y septiembre de 2011, las exportaciones de la Región llegaron a US\$ 4.052 millones, es decir, US\$ 478 millones más que en igual período del año anterior.

Con respecto al 2010, en el primer trimestre las exportaciones de la Región crecieron 16%, en el segundo 13% y en el tercero 11%. La caída en el crecimiento en el tercer trimestre fue consecuencia de las menores ventas (-9%) registradas en el mes de septiembre. No obstante, entre enero y septiembre de 2011, las exportaciones totales crecieron 13%.

Los resultados para la Región son positivos y corroboran la necesidad de continuar con los esfuerzos de ampliar la oferta exportable con nuevos productos y hacia nuevos mercados, lo que permitirá al finalizar el 2011, exportar por lo menos US\$ 5.500 millones.

Tasa de crecimiento de las exportaciones de Colombia según el departamento de origen. Enero-septiembre, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Y para los principales departamentos exportadores los resultados también fueron positivos.

Entre enero y septiembre de 2011, las exportaciones totales de Colombia aumentaron 44% con relación al mismo período de 2010. Y entre los principales departamentos exportadores se destacó el crecimiento de Huila (64%), La Guajira (49%) y Bolívar (47%).

El crecimiento de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca fue resultado tanto del aumento de los precios (7%) como del volumen exportado (6%).

Como resultado Bogotá-Cundinamarca se mantuvo como una de las regiones más exportadoras del país.

Del total de exportaciones de Colombia (US\$ 41.521 millones), la Región exportó cerca del 10% y fue superada por Antioquia (10,5%).

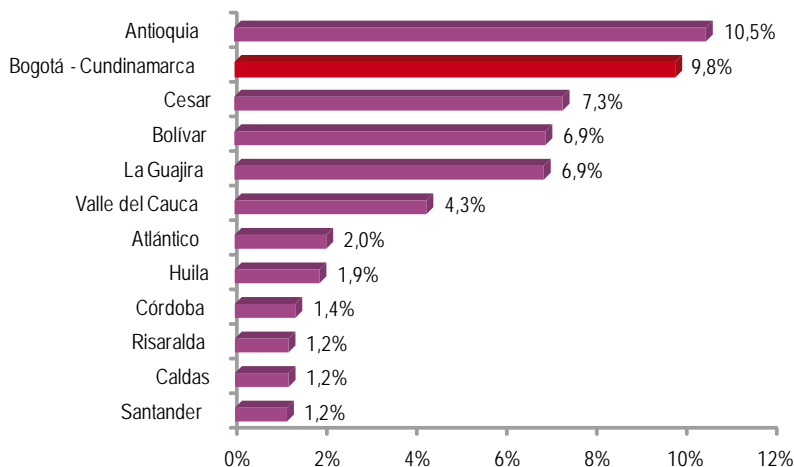
La Región ha perdido participación (16% en el 2008), por tal razón es necesario incentivar la orientación de las empresas hacia los mercados internacionales, modernizar el aparato productivo, promover la inversión en actividades potenciales y aprovechar los beneficios de los tratados comerciales.

No obstante, en el contexto de América Latina las exportaciones per cápita son bajas.

En el 2010, la Región exportó US\$ 4.791 millones, 5,5% más que en el 2009 y las exportaciones per cápita de Bogotá y Cundinamarca crecieron 4% al pasar de US\$ 468 a US\$ 487.

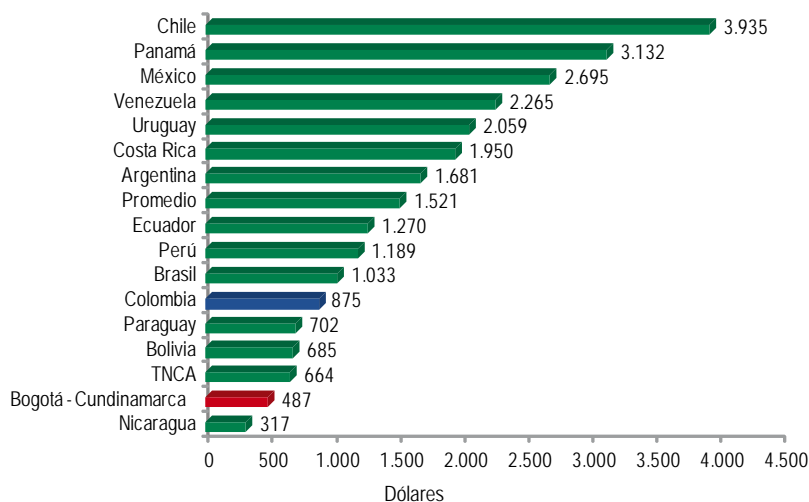
El resultado sólo supera al de Nicaragua y está muy por debajo del promedio de América Latina (US\$ 1.521). También es bajo respecto a la meta del Plan Estratégico Exportador Regional 2007-2019, de tener unas exportaciones per cápita de US\$ 2.000 en bienes y US\$ 573 en servicios.

Distribución de las exportaciones de Colombia según el departamento de origen. Enero-septiembre, 2011



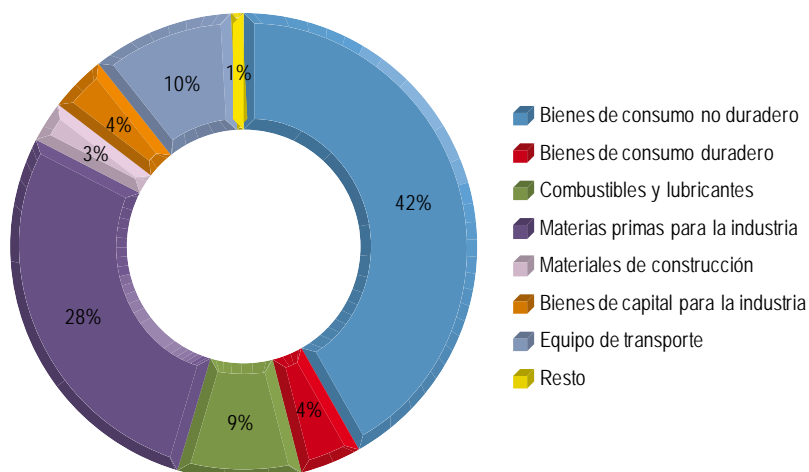
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Exportaciones per cápita de América Latina, 2010



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE, Organización Mundial del Comercio y CEPAL.

Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca según el uso o destino económico. Enero-septiembre, 2011



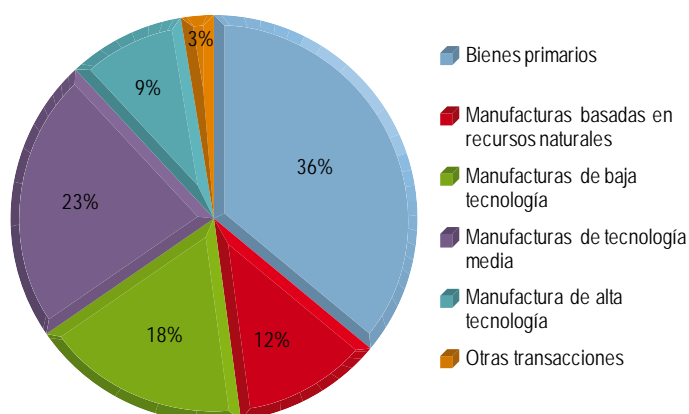
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Según el uso o destino económico, el 46% de las exportaciones fueron bienes con destino al consumo.

En los primeros nueve meses de 2011, el 42% de las exportaciones de la Región (US\$ 1.693 millones) fueron bienes de consumo no duradero, como productos farmacéuticos y de tocador, productos alimenticios y vestuario. También fueron importantes las exportaciones de materias primas para la industria (US\$ 1.134 millones) especialmente de productos mineros y productos agropecuarios no alimenticios.

En comparación con el mismo período de 2010, se destacaron por su buen comportamiento las exportaciones de bienes de consumo no duradero (40%) especialmente muebles y equipos para el hogar (86%). También crecieron las de materias primas para la agricultura (47%) y para la industria (15%).

Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca según intensidad tecnológica. Enero-septiembre, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Y según el grado de tecnología incorporada al proceso productivo, el 61% de las exportaciones de la Región fueron bienes industrializados, que incorporan principalmente niveles medios de tecnología (23%).

Una tendencia en las exportaciones de la Región ha sido el aumento en la participación de las exportaciones de bienes primarios: de 27% en el 2008 a 36% entre enero y septiembre de 2011. En este grupo se destacan productos vegetales como las flores. También han disminuido las exportaciones de bienes industriales de 70% a 61%, especialmente las que incorporan baja tecnología como plásticos, papel y cartón, textiles y prendas de vestir.

Por actividad económica, las exportaciones de bienes industriales se mantienen en el primer lugar.

Entre enero y septiembre de 2011, las ventas al exterior de bienes de la industria crecieron 18% con respecto al mismo período de 2010, debido al aumento en las ventas de productos alimenticios y bebidas (64%), productos refinados de petróleo (52%) y vehículos (32%). Las exportaciones agropecuarias también aumentaron (10%) como resultado de las mayores ventas de flores (10%). En cambio, las exportaciones mineras cayeron (-32%) debido a la caída en las ventas de minerales metálicos y de petróleo y actividades relacionadas con la extracción.

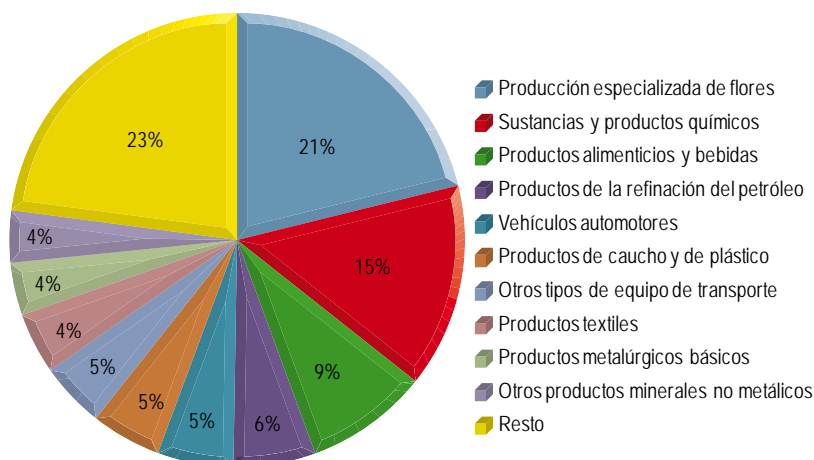
Ecuador (16%), es el principal destino de las exportaciones industriales, seguido de Estados Unidos (14%) y Venezuela (11%).

En Estados Unidos, Ecuador y la Unión Europea se concentró el 50% de las exportaciones de la Región.

Entre enero y septiembre de 2011, a Estados Unidos se dirigió el 27% de las exportaciones de la Región y se mantuvo como el principal país de destino. Ecuador se mantuvo en la segunda posición (12%) y la Unión Europea subió al tercer lugar (11%) con Italia como el principal mercado de destino con un crecimiento en las exportaciones de 98%.

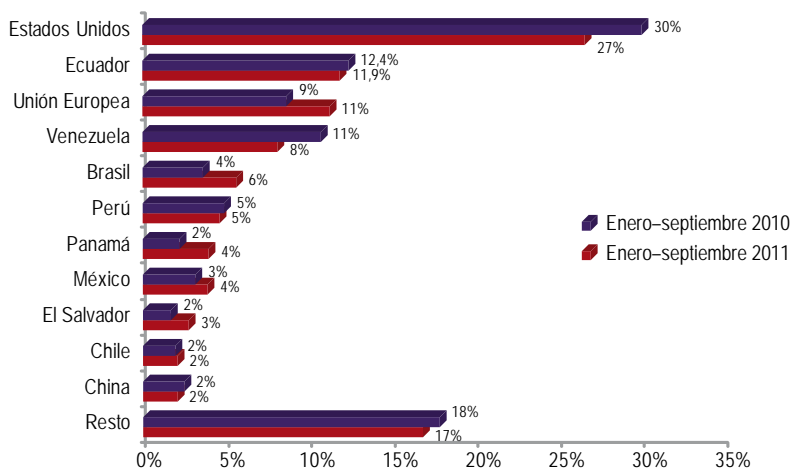
Las exportaciones de la Región están concentradas en pocos mercados, por eso son importantes los esfuerzos para fortalecer la internacionalización de las empresas de Bogotá y Cundinamarca para llegar con nuevos productos a nuevos mercados.

Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca según actividad económica. Enero-septiembre, 2011



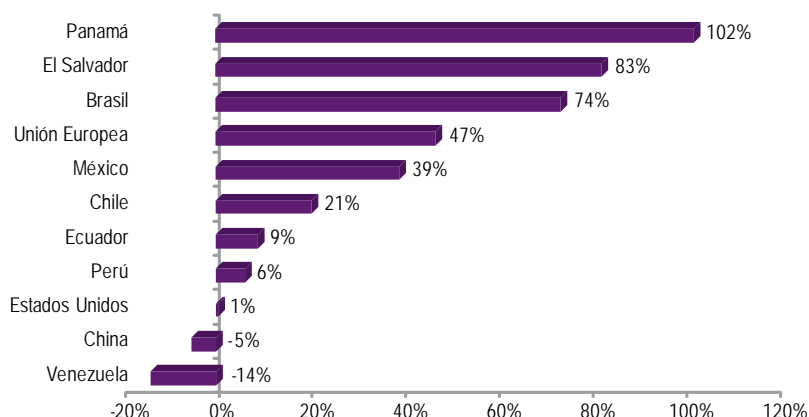
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Distribución de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca según mercados de destino



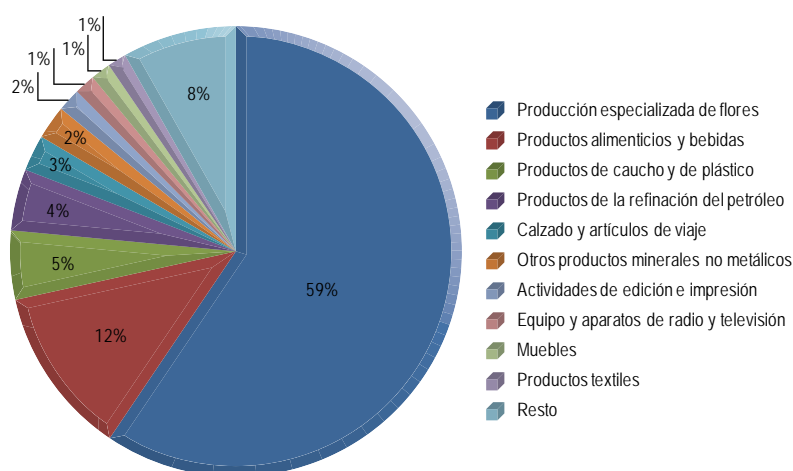
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Crecimiento de las exportaciones de Bogotá-Cundinamarca a los principales mercados de destino. Enero-septiembre 2011/2010



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca hacia Estados Unidos por actividad económica. Enero-septiembre, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Y aumentaron las exportaciones a mercados con los cuales Colombia negoció o está negociando tratados de libre comercio.

En los primeros nueve meses de 2011, el país con mayor dinamismo en las exportaciones fue Panamá (102%) con quien Colombia está adelantando negociaciones para un TLC. Así mismo, crecieron las ventas hacia El Salvador¹ (83%), México (39%) y Chile (21%), donde las exportaciones de la Región cuentan con acceso preferencial en virtud de los TLC. En el caso de Brasil, la ciudad ha aprovechado las ventajas de la negociación CAN-MERCOSUR lo que favoreció que las exportaciones crecieran 74%. Hacia Estados Unidos apenas crecieron 1%, por lo que se espera que la entrada en vigencia del TLC dinamice el comercio y favorezca el crecimiento de las exportaciones de Bogotá y Cundinamarca.

Estados Unidos es el primer socio comercial de la Región y entre enero y septiembre de 2011 las exportaciones llegaron a US\$ 1.080 millones.

Las flores fueron el principal producto de exportación (59%) con un crecimiento de 13%. Las exportaciones de bienes industriales representaron el 38% y crecieron 8%, como resultado de las mayores ventas de productos alimenticios y bebidas (104%), productos de caucho y de plástico (46%) y productos de la refinación del petróleo (46%).

1. El Salvador es miembro del Triángulo del Norte Centroamericano junto con Guatemala y Honduras.

Ecuador fue el segundo mercado para los productos de la Región con US\$ 483 millones y el primero entre los países que conforman la Comunidad Andina.

Las exportaciones a Ecuador se componen casi en su totalidad (99,6%) de productos de la industria, destacándose las de automóviles (25%) y sustancias y productos químicos (23%).

Las exportaciones de la industria crecieron 9%, como resultado de las mayores ventas de productos de papel y cartón (104%), muebles y otras manufacturas (77%) y prendas de vestir (73%).

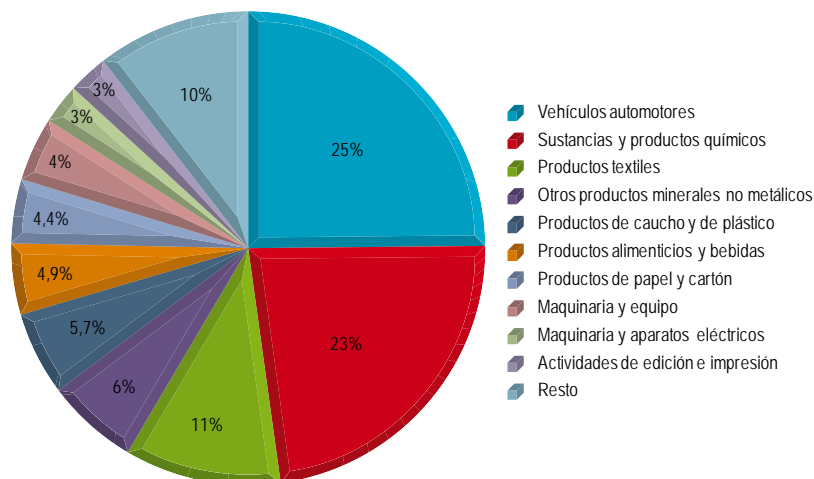
Los países que conforman la Unión Europea fueron el tercer mercado en importancia para los productos de la Región con US\$ 457 millones.

Los productos agropecuarios representaron el 26% del total y se destacaron productos como las flores (US\$ 86 millones) y las frutas (US\$ 29 millones). Los productos industriales fueron el 70% destacándose las de productos alimenticios y bebidas (US\$ 84 millones) y sustancias y productos químicos (US\$ 72 millones).

De los 27 países que forman parte de la Unión Europea, cinco concentraron el 77% de las exportaciones: Italia (24%), Bélgica (16%), España (14%), los Países Bajos (13%) y el Reino Unido (10%).

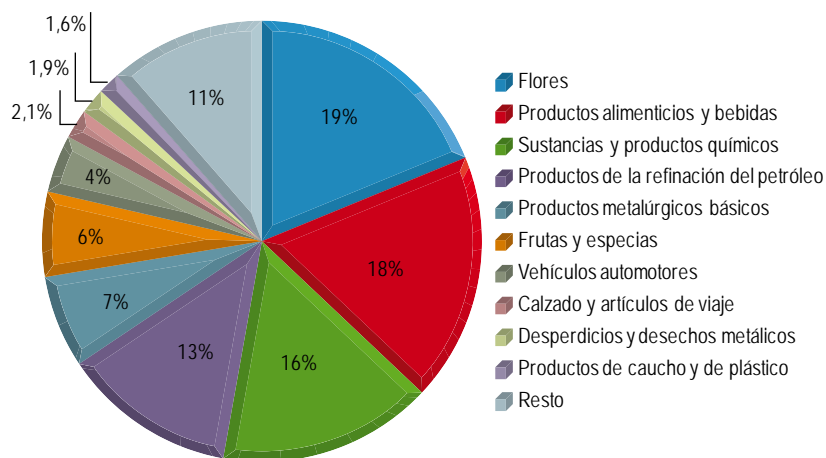
La Unión Europea está ganando importancia para los productos de la Región, por tal razón es importante mejorar la información y el conocimiento de ese mercado, especialmente sobre las características y tendencias de consumo, la legislación y normas de comercio, los trámites y las distintas formas de hacer negocios.

Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca hacia Ecuador por actividad económica. Enero-septiembre, 2011



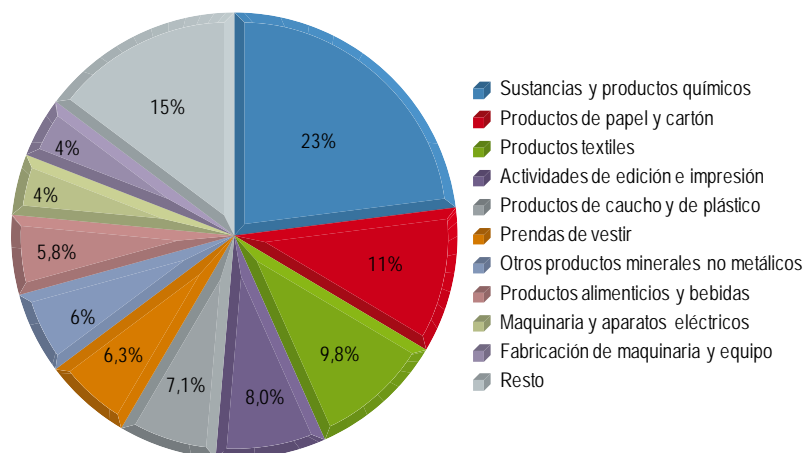
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca hacia la Unión Europea por actividad económica. Enero-septiembre, 2011



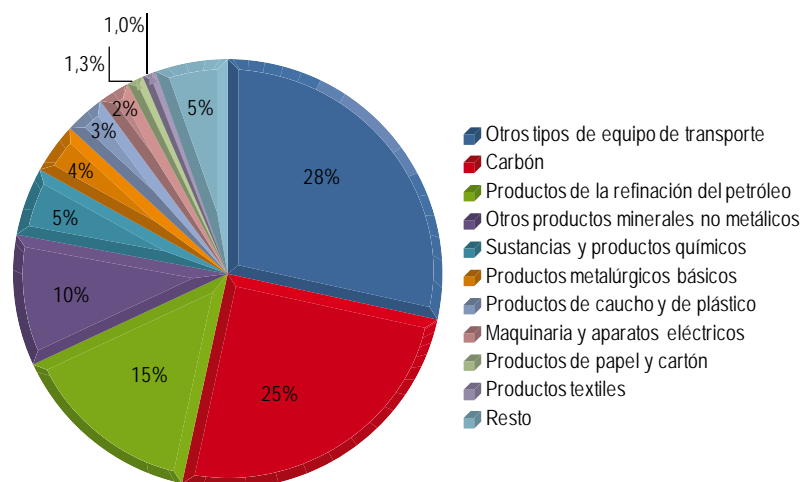
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca hacia Venezuela por actividad económica. Enero-septiembre, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Exportaciones de Bogotá-Cundinamarca hacia Brasil por actividad económica. Enero-septiembre, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

En los primeros nueve meses de 2011, Venezuela fue el cuarto socio comercial de la Región con un total de US\$ 329 millones.

La disminución de las exportaciones ha sido la principal característica del intercambio comercial con Venezuela: -39% en el 2009 y -57% en el 2010. Y entre enero y septiembre de 2011 comparado con el mismo período de 2010, la caída fue de 14%, principalmente por las menores ventas de productos industriales, que representan prácticamente la totalidad de las exportaciones.

La disminución se dio principalmente en vehículos (-67%), prendas de vestir (-34%) y productos de papel y cartón (-33%). Por el contrario crecieron las de maquinaria y equipo (35%) y equipos de comunicación (46%).

Y Brasil fue el quinto socio comercial de la Región con un total de US\$ 228 millones.

Entre enero y septiembre de 2011, el 73% de las exportaciones a Brasil fueron bienes de la industria, especialmente otros tipos de equipo de transporte (US\$ 65 millones), productos refinados de petróleo (US\$ 33 millones) y otros productos minerales no metálicos (US\$ 23 millones). Y en la minería (25% del total exportado) la totalidad de las exportaciones fueron de carbón (US\$ 57 millones).

La mayor dinámica se registró en las exportaciones de carbón (370%), otros productos minerales no metálicos (315%) y sustancias y productos químicos (137%).

Importaciones

La región Bogotá-Cundinamarca es el principal comprador de productos extranjeros.

Del total de las importaciones que realizó Colombia entre enero y septiembre de 2011 (US\$ 40.268 millones CIF), a la región Bogotá-Cundinamarca llegaron bienes y servicios por valor de US\$ 21.789 millones CIF. Como resultado, la región Bogotá-Cundinamarca ocupó el primer lugar en el país por el valor de sus importaciones (54%).

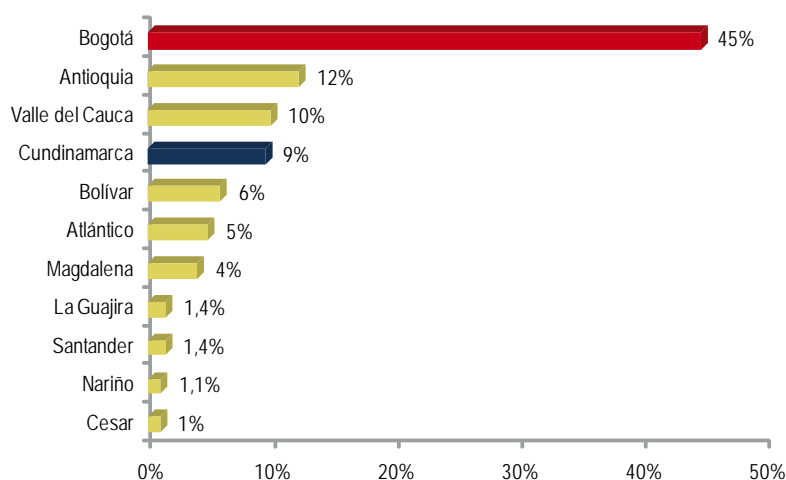
Esta característica se explica por el tamaño de la economía regional en donde se genera el 32% del PIB nacional y por la estructura productiva diversificada que tiene la ciudad y la región.

Y en los nueve primeros meses de 2011, crecieron las importaciones de Colombia y de la Región.

Las importaciones totales de Colombia aumentaron 38% con respecto a las realizadas en el mismo período de 2010 y las de la Región crecieron 43%, resultado superior al crecimiento promedio entre el 2005 y 2010 (17%).

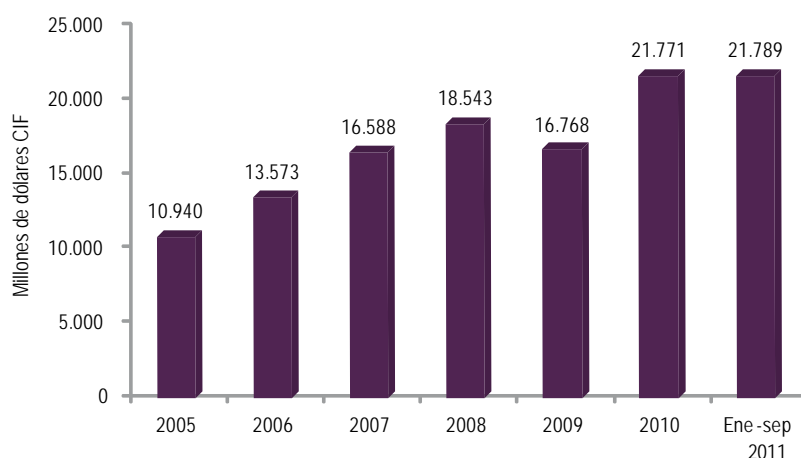
La Región cuenta con fortalezas que han permitido recuperar la dinámica de las importaciones: es el principal centro urbano y de población del país, es el mayor centro de negocios y el principal destino de inversión extranjera directa del país. Además, cuenta con una estructura productiva diversificada y sus habitantes tienen un alto poder de compra.

Distribución de las importaciones de Colombia por departamentos. Enero-septiembre, 2011



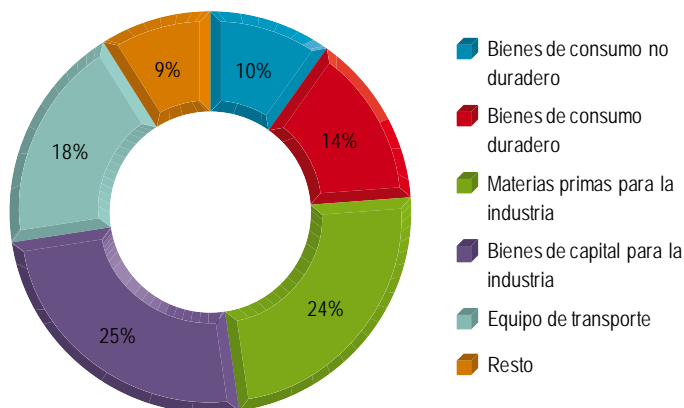
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Importaciones de Bogotá-Cundinamarca, 2005 - 2011



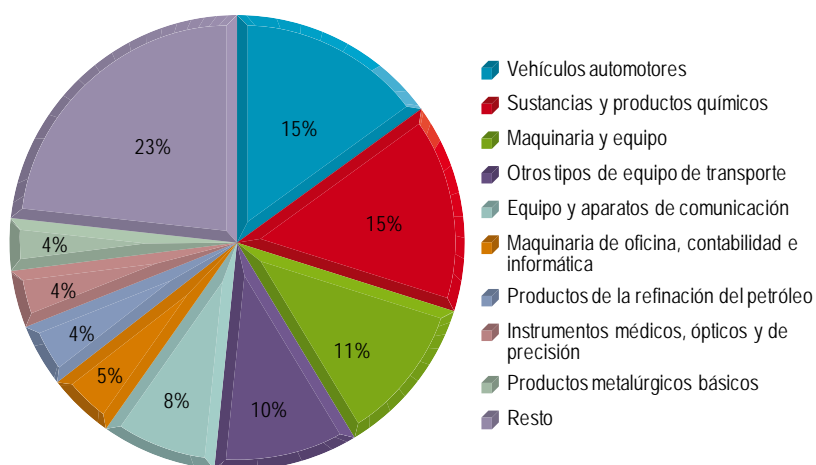
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Importaciones de Bogotá-Cundinamarca según el uso o destino económico. Enero-septiembre, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Importaciones de Bogotá-Cundinamarca según actividad económica. Enero-septiembre, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

La recuperación de la dinámica productiva ha fortalecido la capacidad de compra del sector industrial de la Región.

Entre enero y septiembre de 2011, el 25% de las importaciones de la Región fueron bienes de capital (US\$ 5.426 millones) destinados principalmente a la industria, destacándose la maquinaria industrial (US\$ 1.883 millones) y equipos de oficina (US\$ 1.642 millones). Las materias primas para la industria fueron el 24% de las importaciones (US\$ 5.201 millones CIF) y se destacaron las de productos químicos y farmacéuticos (US\$ 2.399 millones) y mineros (US\$ 1.426 millones).

Al crecimiento de las importaciones de la Región (43%) contribuyeron las importaciones de bienes de consumo (9%), materias primas (14%) y bienes de capital (20%).

Y como ha sido tradicional, según la actividad económica, las importaciones fueron principalmente insumos y bienes de la industria (97%).

Entre enero y septiembre de 2011, las compras de bienes de la industria crecieron 42% y llegaron a US\$ 21.126 millones, destacándose las de vehículos (US\$ 3.270 millones), sustancias y productos químicos (US\$ 3.239 millones) y maquinaria y equipo (US\$ 2.505 millones). Estos bienes representaron el 41% de las importaciones totales de Bogotá-Cundinamarca.

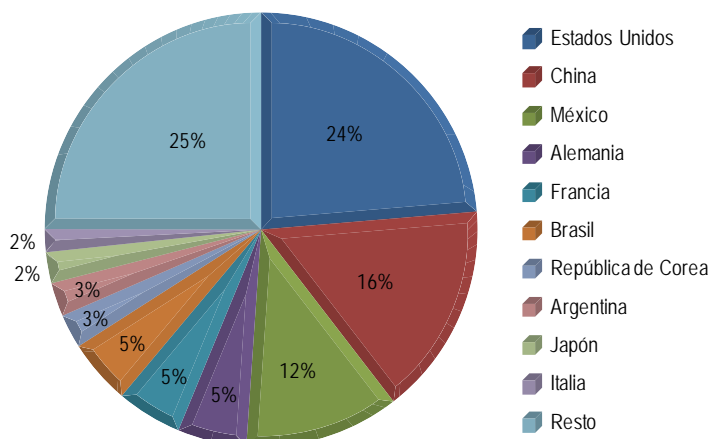
México (28%), Corea (11%) y Japón (6%) fueron los principales proveedores de vehículos para la Región. Y Estados Unidos (27%), Alemania (9%) y México (9%) lo fueron de sustancias y productos químicos.

Y tres mercados representaron el 51% de las importaciones de Bogotá-Cundinamarca: Estados Unidos (US\$ 5.157 millones), China (US\$ 3.461 millones) y México (US\$ 2.514 millones).

De Estados Unidos la Región importó principalmente otros tipos de equipo de transporte (US\$ 922 millones), de China, equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones (US\$ 729 millones) y de México, vehículos (US\$ 909 millones).

En comparación con el mismo período de 2010, crecieron las importaciones desde los principales mercados de origen, especialmente México (75%), Estados Unidos (60%) y China (49%).

Importaciones de Bogotá-Cundinamarca según mercados de origen. Enero-septiembre, 2011



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Balanza Comercial

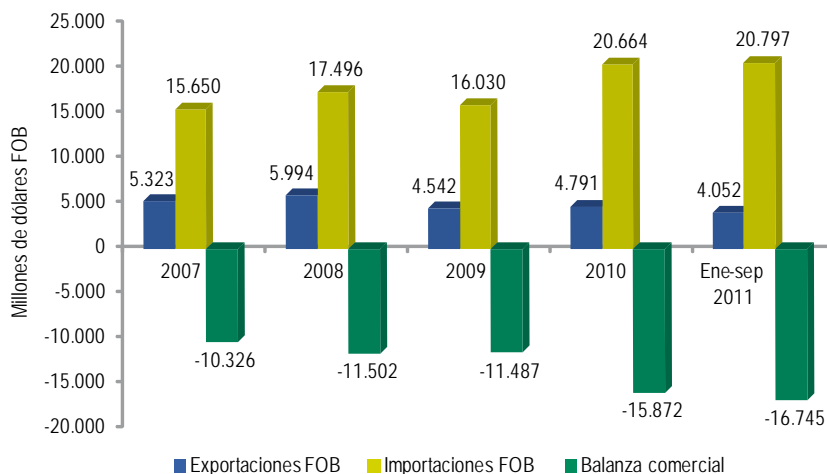
Y como ha sido tradicional, la balanza comercial fue deficitaria para la Región.

Entre enero y septiembre de 2011, el valor de las importaciones quintuplicó el de las exportaciones y como resultado el déficit en la balanza comercial llegó a US\$ 16.745 millones FOB, cifra superior a la del mismo período de 2010 (US\$ 15.872 millones FOB).

La industria manufacturera fue la actividad económica que determinó el déficit comercial de la Región ya que el valor de las importaciones es casi 7 veces el de las exportaciones (US\$ -17.216 millones FOB). Por el contrario, se registró superávit en los sectores agropecuario y minero (US\$ 388 millones FOB y US\$ 79 millones FOB respectivamente).

Con respecto a los principales mercados, la balanza fue deficitaria con Estados Unidos (US\$ 3.887 millones FOB) y con la Unión Europea (US\$ 3.205 millones FOB); y fue superavitaria con Ecuador (US\$ 267 millones FOB) y Venezuela (US\$ 216 millones FOB).

Balanza comercial de Bogotá-Cundinamarca

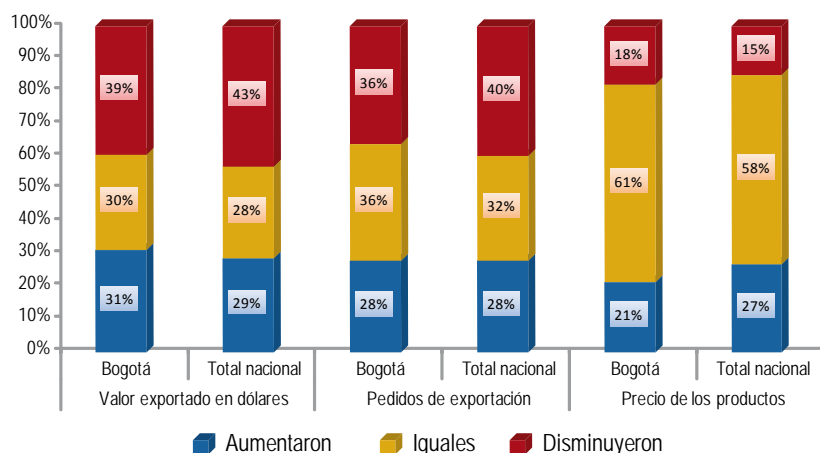


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en DANE.

Percepción de los industriales de Bogotá sobre la actividad exportadora

A continuación se presentan los principales resultados de la Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, sobre la opinión de los empresarios del sector industrial de Bogotá sobre el desempeño de la actividad exportadora, los obstáculos, perspectivas y estrategias del sector en los próximos meses, con base en la información disponible a julio de 2011.

Respuesta de los industriales de Bogotá sobre el comportamiento de sus exportaciones, julio de 2011



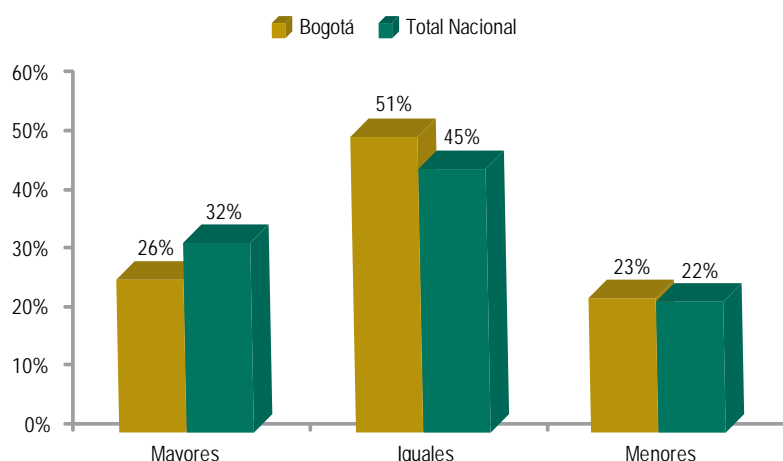
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, módulo de exportaciones.

En opinión de los industriales de Bogotá, en julio de 2011 y comparado con el mismo mes de 2010, mejoró el comportamiento de las exportaciones: aumentó el valor de las exportaciones y los pedidos de exportación.

Respecto al valor de las exportaciones, el 31% de los industriales de Bogotá manifestó un aumento en el valor de las exportaciones, frente al 13% que así lo hizo en julio de 2010. El resultado también fue superior al total nacional.

De igual manera, el porcentaje de industriales que manifestaron un aumento en el número de pedidos desde el extranjero (28%) fue superior al de julio de 2010 (18%). Respecto a los precios de los productos de exportación, fue mayor el porcentaje de empresarios que manifestaron que se mantienen iguales.

Percepción de los empresarios sobre el comportamiento de las exportaciones en el próximo trimestre



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, módulo de exportaciones.

Y con respecto al comportamiento esperado de las exportaciones en el tercer trimestre, el 77% de los industriales de Bogotá esperan que se mantengan iguales o aumenten.

Para mejorar la confianza del sector exportador será fundamental el aumento de la demanda en los mercados tradicionales, el crecimiento del intercambio comercial y de los negocios en nuevos mercados y las estrategias de las empresas para elevar su competitividad con base en la incorporación de tecnología, innovación y la diversificación de los productos y servicios.

La incertidumbre e inestabilidad cambiaria es el principal factor que ha afectado las exportaciones de Bogotá.

El comportamiento del precio del dólar ha sido un factor desfavorable para la actividad exportadora de Bogotá y la Región, así lo manifestó el 69% de los empresarios. En sectores como el de fabricación de prendas de vestir, productos metalúrgicos básicos, maquinaria y aparatos eléctricos y vehículos, el porcentaje desfavorable sobre la tasa de cambio es de 100% lo que demuestra la inestabilidad de las exportaciones frente al precio de los productos.

Los precios altos de los productos (45%) y las preferencias arancelarias otorgadas a la competencia (18%), son los principales obstáculos de los industriales de Bogotá para mantener sus ventas en los mercados internacionales.

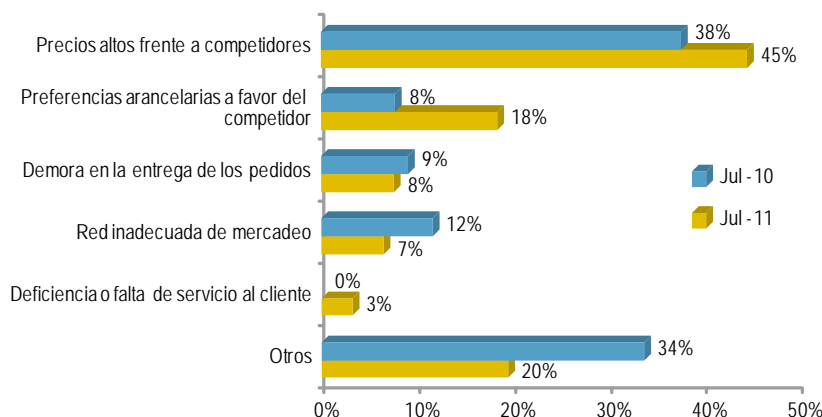
Las preferencias arancelarias que otorgan los tratados de libre comercio son una herramienta para que los empresarios de Bogotá y la Región accedan a los mercados internacionales. Actualmente, los productos de la Región cuentan con una demanda potencial de más de 1.500 millones de consumidores, por eso es importante mejorar la información y el conocimiento de los empresarios sobre las oportunidades y los beneficios derivados de los TLC.

Principales factores que afectaron la actividad exportadora en el último trimestre



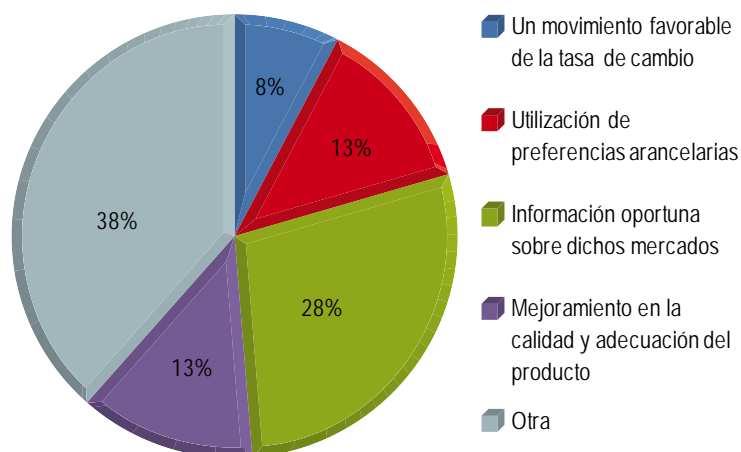
Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, modulo de exportaciones.

Principales obstáculos de los empresarios de Bogotá para mantener sus ventas en los mercados de exportación



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, modulo de exportaciones.

Razones de los empresarios de Bogotá para exportar a nuevos mercados

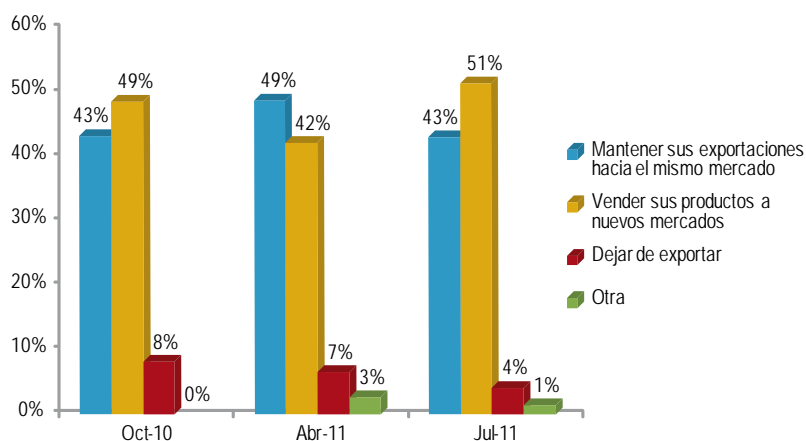


Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, módulo de exportaciones.

Para exportar a nuevos mercados es necesario contar con información oportuna y mejorar la calidad de los productos.

En la Región se estableció como meta para el 2019 exportar más de US\$ 22.000 millones en bienes y más de US\$ 6.000 millones en servicios. Para garantizar el cumplimiento de la meta, es necesario promover la información sobre mercados potenciales y sobre las preferencias otorgadas a los productos colombianos en virtud de los TLC. Actualmente están vigentes acuerdos comerciales con los países de la Comunidad Andina (Bolivia, Ecuador y Perú), Chile, México, Canadá, los países del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), los del Triángulo del Norte Centroamericano (El Salvador, Guatemala y Honduras) y con Liechtenstein y Suiza, miembros del EFTA. Se espera que pronto entren en vigencia los acuerdos con Estados Unidos y la Unión Europea, y que finalicen las negociaciones con Panamá, Corea del Sur y Turquía.

Estrategias de los empresarios de Bogotá



Fuente: Dirección de Estudios e Investigaciones de la CCB con base en Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo, módulo de exportaciones.

En Bogotá, la venta de productos en nuevos mercados es una estrategia que cada vez tiene más acogida al interior de las empresas.

En julio de 2011, así lo manifestó el 51% de los industriales, resultado que se destaca porque es el más alto en los últimos dos años. Por lo tanto, otro de los retos de los empresarios en los próximos años es incorporar nuevas y mejores tecnologías en sus procesos productivos, así como promover la innovación en sus empresas, lo que permitirá competir con productos de mayor la calidad y con alto valor agregado.

En el 2011, el balance en la internacionalización de la región Bogotá-Cundinamarca muestra resultados positivos tanto en el posicionamiento competitivo de Bogotá con respecto a las principales ciudades de América latina, así como en la inversión extranjera y el comercio exterior.

En los últimos años Bogotá ha realizado esfuerzos para avanzar en su posicionamiento competitivo y que le han permitido estar hoy en el grupo de los 10 mejores destinos en América Latina para hacer negocios, ubicar actividades productivas y vivir. En el 2011, la ciudad ocupa el octavo lugar y mantiene la posición con respecto al 2010. Entre los aspectos que han favorecido el posicionamiento competitivo de Bogotá se destacan los siguientes: es la sexta ciudad con mayor población en América Latina y el principal centro urbano de Colombia; es la séptima economía en América Latina y el principal centro económico, financiero y empresarial de Colombia con cerca de 315 mil empresas, de las cuales 276 mil están en Bogotá; cuenta con una estructura productiva diversificada con predominio de las actividades de servicios; tiene el mayor mercado de trabajo de Colombia con casi 4 millones de ocupados y su capital humano es el más preparado de Colombia. No obstante, Bogotá aún se encuentra rezagada de las primeras tres ciudades: Miami, Sao Paulo y Santiago, principalmente porque estas ofrecen un mejor entorno económico, social y político, además cuentan con mejores servicios empresariales y personales, así como una mayor infraestructura física y de conectividad y un capital humano más preparado.

En inversión extranjera, Bogotá es novena entre las 48 ciudades de América Latina con las mejores condiciones para la inversión extranjera y con Cundinamarca conforman la plataforma más atractiva para la IED y la localización de empresas globales.

En el comercio exterior, en los nueve primeros meses del 2011, los resultados son favorables y muestran una tendencia a la recuperación de la dinámica exportadora de la Región, con perspectivas positivas de lograr exportar una cifra cercana a los US\$ 5.500 millones. Entre los aspectos que caracterizaron el comportamiento del comercio exterior se destacan el crecimiento de las exportaciones (13%) y las importaciones (43%), resultado que posiciona a Bogotá-Cundinamarca como la segunda región más exportadora por debajo de Antioquia y la primera importadora del país. Las exportaciones se caracterizaron por ser bienes de consumo no duradero (42%), que incorporan principalmente niveles medios de tecnología (23%) y son en su mayoría bienes de la industria (71%). No obstante que el 50% de las exportaciones están concentradas en tres mercados (Estados Uni-

dos, Ecuador y la Unión Europea), se destacaron los esfuerzos para ampliar las ventas a otros mercados, especialmente aquellos con los cuales Colombia tiene vigentes tratados de libre comercio como México (crecieron 39%), El Salvador (83%) y Chile (21%), y a mercados con los cuales adelanta negociaciones como Panamá (102%). Hacia la Unión Europea y Estados Unidos con los cuales se espera que entren en vigencia los acuerdos comerciales, las exportaciones crecieron 47% y 1% respectivamente.

Por otro lado, las importaciones se caracterizaron por ser principalmente insumos y bienes para la industria (97%), las cuales tuvieron su origen en tres mercados: Estados Unidos (24%), China (16%) y México (12%).

En general, el balance sobre el comportamiento de la economía bogotana durante el 2011 es positivo y se espera lograr al terminar el año un crecimiento positivo cercano o superior al 5,7%, sin embargo, en una perspectiva de mediano y largo plazo, en Bogotá y en Cundinamarca se necesita lograr niveles de crecimiento sostenidos alrededor del 7% para fortalecer la internacionalización y mantener y consolidar las ventajas competitivas de la región Bogotá y Cundinamarca.

Con el propósito de posicionar a Bogotá entre las tres ciudades más competitivas de América Latina con mejor calidad de vida y más atractivas para la inversión, el turismo de negocios, la realización de eventos y el desarrollo de nuevas tecnologías, es necesario ampliar la capacidad de crecimiento, para lo cual se requiere concentrar esfuerzos entre los sectores público y privado con énfasis en las siguientes acciones:

- **Fomentar la transformación productiva de la Región con el desarrollo de nuevos sectores y la modernización de los existentes** para ampliar la capacidad de crecimiento, generar mayor valor agregado, aumentar la productividad y el empleo formal, atraer inversión nacional y extranjera, diversificar la oferta exportable y competir. Para ello, La Cámara ha identificado cuatro clústers estratégicos con base en las oportunidades que tiene para Bogotá y la región: industrias culturales y creativas, tecnologías de información, turismo de negocios y salud, y moda.
- **Continuar las reformas y acciones para construir un entorno más favorable para los negocios en la región.** Bogotá es líder entre las ciudades de América Latina en facilidades para crear una empresa y se deben continuar los esfuerzos para mejorar el entorno para la operación

de las empresas. En este sentido es prioritario continuar las reformas en la simplificación de trámites (no sólo en la creación sino en la operación de las empresas) con énfasis en la afiliación de los trabajadores a la seguridad social; simplificar el sistema tributario para reducir tanto el tiempo como el número de pagos que realizan los empresarios. Hoy un empresario realiza 9 pagos y requiere 193 horas para cumplir sus obligaciones tributarias. En materia de facilidades para hacer cumplir los contratos, se requiere mejorar la eficiencia del aparato judicial en la ciudad para que la justicia sea más oportuna y eficaz. Así mismo, es prioritario promover la utilización de los métodos alternativos de resolución de controversias, es decir los métodos de Arbitraje y Amigable Composición que reducen considerablemente los tiempos y los costos asociados a estos procesos.

- **Promover a Bogotá y Cundinamarca nacional e internacionalmente como uno de los mejores destinos para la inversión.** Un gran aporte a este esfuerzo ha sido el realizado por Invest in Bogotá, la agencia de promoción de inversiones creada conjuntamente por la Cámara de Comercio de Bogotá y la Alcaldía Mayor, para apoyar a los inversionistas nacionales y extranjeros que deseen localizarse o expandir sus negocios en la ciudad y su área de influencia. Para consolidar a Bogotá como un lugar atractivo para la localización de empresas globales, es prioritario, fortalecer las capacidades y habilidades específicas del recurso humano promoviendo el uso de un segundo idioma, mejorar la infraestructura logística y de movilidad y modernizar la plataforma tecnológica y de conectividad.
- **Implementar una estrategia de mercadeo de ciudad que permita a Bogotá lograr mayor reconocimiento internacional.** En los últimos años la ciudad ha logrado avances por su modelo de cooperación público-privada que le ha permitido ser reconocida en América Latina como una buena práctica. Actualmente Bogotá ocupa la quinta posición por su poder de marca, por tal razón, son importantes los esfuerzos para lograr mayor reconocimiento como la construcción del Centro Internacional de Convenciones, la promoción de parques tecnológicos y el fortalecimiento de la oferta cultural: festivales de cine, música, teatro, gastronómicos y actividades al parque.
- **Aprovechar las condiciones favorables de acceso a los mercados internacionales para aumentar las exportaciones de la Región y recuperar la tendencia al crecimiento que se logró en la última década.** Para lograr un mayor crecimiento en las exportaciones de la

Región, se requiere contar con un entorno internacional favorable, pero también es imperativo continuar con los esfuerzos internos para mejorar el comercio transfronterizo que garanticen condiciones adecuadas de competencia y de transparencia en las operaciones. De acuerdo con los dos últimos informes del *Doing Business* (2011 y 2012), Colombia no ha realizado mejoras que permitan reducir el número de documentos, los días y el costo de exportar e importar. Actualmente, para exportar se requieren 5 documentos, 14 días y el costo por contenedor es de US\$ 2.270 y para importar son necesarios 6 documentos, 13 días y el costo por contenedor es de US\$ 2.830.

- **Lograr mejores resultados en la diversificación de la oferta exportable y en el ingreso a nuevos mercados.** Los productos de la Región tienen ingreso con tratamiento preferencial a los países con los cuales Colombia tiene acuerdos comerciales y que representan una demanda potencial de más de 1.500 millones de consumidores: Bolivia, Ecuador y Perú (miembros de la Comunidad Andina de Naciones); El Salvador, Guatemala y Honduras (a través del Tratado del Triángulo del Norte); Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay (del MERCOSUR); Suiza y Liechtenstein (del EFTA) y México, Chile y Canadá. Adicionalmente con Estados Unidos y la Unión Europea con quienes se espera que los acuerdos entren pronto en vigencia. La actual agenda de negociación de tratados comerciales incluye a Panamá, Corea del Sur y Turquía.
- **Ampliar la información a los empresarios sobre los beneficios y las oportunidades que tienen los productos de la Región en otros mercados.** Para ayudar a los empresarios a identificar oportunidades y hacer negocios, la Cámara de Comercio de Bogotá cuenta con el programa “Bogotá exporta, por la diversificación de mercados”, que brinda información sobre oportunidades de negocio para las empresas de Bogotá y Cundinamarca en países de Centroamérica: El Salvador, Guatemala República Dominicana, Costa Rica, Panamá y México, así como de Estados Unidos, Canadá, la Unión Europea y la India. También ofrece información sobre oportunidades en actividades industriales que tienen alto potencial de negocios: autopartes, cosméticos y artes gráficas. A través de esos estudios de mercado, los empresarios cuentan con información relacionada con el entorno económico, tamaño del mercado, principales importadores y productos que demandan, competidores y precios, estrategias de mercado de la competencia, trámites y normatividad en el país de destino, canales de distribución y orientación sobre el proceso exportador.

Observatorio

de la región Bogotá - Cundinamarca.

Mayores Informes

Cámara de Comercio de Bogotá
www.ccb.org.co

Línea de Respuesta Inmediata
3830330

Vicepresidencia de Gestión Cívica y Social

Dirección de Estudios e Investigaciones
Tel: 594 1000, ext. 2771

Conozca nuestros otros Observatorios

Observatorio de Movilidad de Bogotá y la Región
Observatorio de Seguridad en Bogotá
Observatorio de Seguridad en Cundinamarca
Observatorio de la Gestión Urbana en Bogotá

Gracias por su interés. Para nosotros es importante conocer sus apreciaciones y comentarios sobre el contenido de esta publicación. Esto nos permitirá ofrecer información cada vez más pertinente y oportuna. Le agradecemos nos envíe sus comentarios al correo estudios3@ccb.org.co

Nuestras publicaciones son totalmente gratuitas. Si le interesa seguir recibiendo las publicaciones de la Cámara de Comercio de Bogotá, actualice sus datos en la dirección de correo electrónico estudios3@ccb.org.co o al fax: 3830690, extensión 2771.



gB CAMARA
DE COMERCIO DE BOGOTA
Por nuestra sociedad